

现代广告

MODERN ADVERTISING AdvertisingAge

本刊独家享有美国《广告时代》系列出版物中文版权

卷首语

再次强调格式规范

曾秀芹 001

理论研究

广告工具理性批判：从传播研究范式看广告理论研究

葛在波 004

基于允许的 SMS 广告价值分析：消费者感知视角

林红焱，周星 013

瘦身广告接触与厦门女大学生身体满意度的相关性研究

熊慧，翁苏伟 019

公共传播理论视角下公益广告研究的演化进程与定位

陈丽娜 030

应用研究

论我国网络广告创新的动力与表现

王芳菲，黄河 039

中国大陆“避孕套”产品传播现状研究

王苑丞，王珍 046

媒体社会责任理论视角下空巢老人公益广告探究

王波伟 059

从怀旧到圈子

——80 后群体网络怀旧的营销启示

徐柳，张青，陈长英 064

关于加快我国广告创意产业发展的再思考

刘丽，李紫琼，包文泉 072

论大数据推动互联网广告的时效性

段培力 075

广告教育

中美广告教育比较研究

陈素白，翟星 078

中国大陆广告教学研究综述：1983-2012

罗志超 087